

KONSTRUKSI MAKNA *HIJAB FASHION* BAGI MOSLEM *FASHION BLOGGER*

Ade Nur Istiani

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Konstruksi Makna *Hijab Fashion* bagi Moslem Fashion Blogger di Indonesia” dilatarbelakangi oleh perkembangan busana muslim di Indonesia yang mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena tersebut tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup masa kini yang tidak dapat dipisahkan dari teknologi. *Blog* yang merupakan perkembangan teknologi media baru (*new media*) dimanfaatkan oleh para Moslem Fashion Blogger untuk mengekspresikan gaya berbusana muslim sebagai suatu *trend fashion* yang berperan dalam perkembangan *fashion moslem* di Indonesia. Peneliti ingin mengkaji lebih jauh mengenai pemahaman, motif, dan pengalaman Moslem Fashion Blogger dalam menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *Hijab Fashion* di Indonesia. Teori yang digunakan untuk membentuk kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi Alfred Schutz, Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas Luckmann dan Berger, dan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan tradisi fenomenologi yang memusatkan perhatian pada pengalaman hidup dan mencari makna mengenai realitas berdasarkan sudut pandang subjek penelitian. Peneliti menetapkan enam informan sebagai sumber informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman Moslem Fashion Blogger mengenai *hijab fashion* adalah bahwa perkembangan tren *hijab fashion* di Indonesia merupakan perkembangan yang positif namun terjadi suatu pergeseran makna. Motif dalam menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion* terbagi atas motif atraksi, motif inspirasi, dan motif eksistensi. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah perkembangan *hijab fashion* merupakan salah satu fenomena yang menarik dan terus berkembang, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih mendalam khususnya mengenai konstruksi makna *hijab fashion* bukan hanya terhadap pelaku industri *hijab* namun juga lebih dalam terhadap mereka yang benar-benar memahami syariat agama Islam.

Kata-kata Kunci: *hijab, fashion, moslem fashion blogger*, fenomenologi, konstruksi sosial atas realitas, interaksi simbolik

HIJAB FASHION CONSTRUCTION OF MEANING FOR MOSLEM FASHION BLOGGER

ABSTRACT

The study entitled Hijab Fashion Construction of Meaning by the Moslem Fashion Blogger in Indonesia (Phenomenological Study) is started as developments of Indonesian Moslem Fashion has increased in recent years. This phenomenon can't be separated from the influence of today's lifestyle which heavily influenced by technology. Blogs which is the development of new media technologies (new media) used by Moslem Fashion Blogger to express the style of Moslem outfit as a current fashion, plays a significant role in the development of moslem fashion in Indonesia. This research describes motive and experience of Moslem Fashion Blogger in using blogs as a communication medium comprehension regarding hijab fashion in Indonesia. Theory forming the framework of this research are the phenomenology theory of Alfred Schutz, Social Construction of reality theory from Luckmann and Berger, and Symbolic Interaction theory of George Herbert Mead. This study uses qualitative methods and phenomenological tradition approach, which focusing on life experience and find a meaning of reality based on subject's point of view. Six informants as sources of information. The result shows that Moslem Fashion Blogger knowledge about hijab fashion on the development of hijab fashion trends in Indonesia is positive, with a slight in meaning. The motive in using blogs as a medium of communication on hijab fashion consist of attraction motives, inspiring motives, and existence motive. Suggestions for the next research are that hijab fashion development is interesting phenomenon, continues, it is suggested that the next research could examine deeper, especially in the construction of meaning on hijab fashion, not only for the industri performer, but also to those who really understand about syariah and syariat of Islam.

Keywords: *hijab, fashion, moslem fashion blogger, sosial construction of reality, phenomenology, symbolic interactionism.*

Korespondensi: Ade Nur Istiani, M.I.Kom. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung, 35145. Email: adenuristiani@yahoo.com

PENDAHULUAN

Perkembangan *moslem fashion* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang luar biasa. Minat masyarakat akan *moslem fashion* semakin hari semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat para desainer pakaian muslim dalam mendesain pakaian muslim yang modern. Saat ini, perkembangan *moslem fashion* di Indonesia mulai diakui dunia, tentu saja hal ini memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada Indonesia untuk menempatkannya menjadi salah satu *kiblat moslem fashion* di dunia.

Fenomena perkembangan *moslem fashion* di Indonesia dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari dimana tren penggunaan *hijab* di kalangan masyarakat muslimah semakin meningkat. Perkembangan industri *hijab* dan *moslem fashion* saat ini di Indonesia dapat terlihat di kota-kota besar di pulau Jawa. Bandung sebagai salah satu pusat mode perkembangan *hijab* di Indonesia, dimana disetiap sudut kotanya dapat ditemui berbagai macam galeri *hijab* dan kawasan khusus dalam mengembangkan industri *hijab fashion* di sepanjang kawasan Jalan Buah Batu kota Bandung. Berbagai macam tren *hijab fashion* seperti keberagaman model, keberagaman warna, keberagaman motif dan keberagaman padu-padan gaya *hijab* dapat ditemui di sepanjang kawasan dengan adanya berbagai galeri *hijab*. Menurut pengamatan Ibrahim (2007: 207), fenomena perkembangan *moslem fashion* merupakan suatu transformasi sosial yang menarik, pergeseran selera dan gaya muslim(ah) dalam berbusana mulai menjadi bagian dari industri *fashion* sejak akhir 1990-an dengan “kekayaan semiotis” *fashion muslim* bagaimana cara, corak, asesoris dan gaya muslim(ah) berpakaian.

Kreasi gaya *hijab* yang terlihat disetiap galeri *hijab* di kota Bandung banyak menonjolkan keunikan berbagai macam bentuk *fashion* dalam *hijab*. Keberagaman gaya *hijab* mulai dari pakaian dengan potongan kain yang berbentuk asimetris, berbagai bentuk scarf segi empat dan pashmina dengan motif yang beragam seperti motif *flowers*, *animal print*, *tie dye*, etnik, polkadot serta motif lainnya yang semakin menarik dengan pemilihan warna yang segar dan tentunya tambahan aksesoris dengan berbagai macam bentuk yang cantik. Gaya

hijab yang populer sekarang tentunya berbeda jauh dengan gaya *hijab* dahulu yang cenderung sederhana, monoton, tidak menarik, dan hanya banyak digunakan oleh muslimah yang berusia lanjut.

Gaya *hijab* pada masa sekarang telah menjadi bagian penting dalam industri *fashion* di Indonesia, hal ini pula yang membuat pemakaian *hijab* tidak lagi menjadi suatu pertimbangan yang berat bagi muslimah dalam memutuskan untuk berhijab. Terlebih lagi saat ini penggunaan *hijab* telah marak di kalangan artis, para artis yang memutuskan menggunakan *hijab* sudah tidak merasa takut lagi akan sepihnya kontrak kerja, sebut saja para artis yang menggunakan *hijab* seperti Dewi Sandra, Lyra Virna, Risty Tagor, dan Inneke Kosherawati mendapat banyak tawaran kontrak kerja dan bahkan menjadi *brand ambassador* berbagai produk yang menonjolkan sisi kecantikan dan kepercayaan diri mereka dalam berhijab.

Internet dan perubahan teknologi telah membawa perubahan yang besar bagi manusia, dengan Internet dan segala kemudahan yang didapatkan membuat dunia terasa semakin kecil. Hal ini terjadi karena setiap orang dapat mengakses informasi apa saja kapan pun mereka mau. Hal ini dimanfaatkan oleh berbagai pihak, untuk menjalankan beragam tujuan, salah satunya termasuk sebagai media komunikasi untuk berbagi informasi mengenai busana muslim yang sekaligus mengandung pesan untuk mengajak sesama muslimah berhijab. Fenomena perkembangan *fashion moslem* di Indonesia salah satunya tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup masa kini yang tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Para muslimah memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai sarana dalam mengapresiasi diri mereka. *Blog* merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi media baru (*new media*) yang mendukung para muslimah untuk berinteraksi dan berbagi informasi.

Tren busana muslim yang telah memasuki kepopulerannya, dimana perkembangannya salah satunya didukung oleh maraknya *blog* yang membahas mengenai *fashion moslem*. Dalam Hendroyono (2013: 13), menyatakan bahwa transformasi terbesar yang dihadapi umat manusia di abad 21 adalah revolusi dari ‘atoms’ ke ‘bits’, *bits is the killer app*. Banyak korban berjatuhan karenanya: *Borders* dikalahkan oleh *Amazon*, toko CD dikalahkan oleh *iTunes*,

penerbit dikalahkan oleh Lulu.com, layanan interlokal dikalahkan oleh *skype*, *ensiklopedia britanica* dikalahkan oleh *wikipedia*, koran dan majalah dikalahkan oleh *blog*.

Blog memiliki peranan penting dalam perkembangan tren busana muslim di Indonesia. Maraknya pemanfaatan media *blog* dikarenakan *blog* merupakan sarana media baru yang lebih efektif dan efisien. Saat ini *blog* dapat menggantikan peran media konvensional sebelumnya dan *blog* dianggap dapat memberikan informasi secara lebih mendetail dibandingkan dengan media konvensional sebelumnya. Saat ini para pengguna *blog* (*blogger*) menjadikan media *blog* sebagai media komunikasi atau media untuk menampilkan berbagai ide mengenai busana muslim yang menjadi ciri khas dari *blogger* tersebut yang mewakili tren busana muslim di Indonesia. *Blogger* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut para pengguna *blog*. *Blog* biasanya dibuat sesuai dengan topik dan tujuan dari pemilik *blog* (*blogger*).

Banyak muslimah yang menjadikan *blog* sebagai media mengekspresikan gaya dalam berbusana muslim sebagai suatu *trend fashion* dan turut menunjukkan eksistensi mereka sebagai muslimah yang berperan serta dalam perkembangan *moslem fashion* di Indonesia. Hal tersebut dilakukan dengan membuat suatu *blog* yang berisikan informasi seputaran kehidupan *fashion moslem* yang mereka gunakan.

Kegiatan yang dilakukan oleh *Moslem Fashion Blogger* bertujuan agar para pembaca *blog* tersebut mendapatkan referensi mengenai gaya berbusana muslim untuk kemudian menarik para pembaca *blog* agar meniru tren busana muslim yang dipaparkan oleh pemilik *blog*. Satu hal yang membuat pembaca *blog* tertarik biasanya karena setiap *blogger* dikelola oleh orang yang berbeda yang tentunya memiliki selera *fashion* yang berbeda pula dalam menggunakan gaya *hijab*. Masing-masing *Moslem Fashion Blogger* tersebut memiliki ciri khas sesuai apa yang ingin ditunjukkannya kepada para pengikut *blog* (*followers*), dengan tujuan agar ciri khas busana muslim para *Moslem Fashion Blogger* tersebut menjadi *fashion* panutan bagi para pengikut *blog* (*followers*). Seperti yang diungkapkan oleh Cassandra Dini Prasasti yang merupakan salah satu *Moslem Fashion Blogger* dan merupakan anggota *Hijabers Community* Bandung (Wawancara

dengan Cassandra Dini Prasasti pada tanggal 19 Maret 2014):

“*Hijab fashion* di Indonesia sudah terjadi pergeseran makna, kalau dulu cuma untuk menutup aurat tapi sekarang dianggap tren dan makna yang ada di *hijab* itu sendiri sedikit pudar. Menjadikan *blog* sebagai media *hijab*, aku mau nunjukin kalau *hijab* dulu dan *hijab* sekarang tetap mempunyai makna sebagai penutup aurat tapi dapat dimix dengan *style* yang menarik dan memiliki ciri khas dari si *blogger* tersebut”

Berdasarkan fenomena yang telah peneliti paparkan di atas, bahwa *blog* mulai dimanfaatkan untuk mengajak sesama muslim berhijab dan sebagai suatu cara menyenangkan dalam berdakwah dengan mengedepankan *fashion* sebagai daya tariknya. Peneliti akan mengangkat masalah ini kedalam sebuah penelitian, karena pada dasarnya perkembangan *moslem fashion* di Indonesia selain didukung oleh semakin kreatifnya muslimah Indonesia dalam mengemas gaya dalam berbusana muslim, namun juga didukung oleh pemanfaatan media Internet yaitu *blog*.

Blog digunakan sebagai cara untuk berinteraksi dengan muslimah lainnya dalam lingkup yang lebih luas dan tidak terbatas, sehingga ini membuat pemaknaan masing-masing muslimah terhadap *hijab* berbeda-beda. Demikian (pemaknaan tentang *hijab* yang berbeda) juga yang terjadi pada muslimah yang senang menggunakan *blog* dalam menginformasikan tren busana muslim terbaru. Perlunya *blogger* dalam memaknai *hijab fashion* agar *blogger* tersebut memiliki pemahaman yang baik mengenai *hijab* tersebut agar tidak salah kaprah dalam menampilkan *hijab fashion* yang sesuai dengan syariah agama. Para *Moslem Fashion Blogger* biasanya dijadikan tokoh inspirasi bagi pembaca *blog* dalam menyesuaikan *moslem fashion* dalam kehidupan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan memusatkan perhatian pada pengalaman hidup, dan mencari makna dari *Moslem Fashion Blogger* di Indonesia atas penggunaan *blog* sebagai media komunikasi *Hijab fashion*. Metode penelitian kualitatif

merupakan metode yang dapat mengungkapkan pemahaman, motif, dan pengalaman komunikasi mengenai *fashion* dalam berhijab. Dalam penelitian mengenai “Konstruksi Makna *Hijab Fashion* bagi *Moslem Fashion Blogger* di Indonesia”, peneliti menggunakan fenomenologi sebagai kunci analisis dalam penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman akan makna, motif, dan pengalaman dari fenomena maraknya penggunaan *hijab* yang semakin beragam dan masuk dalam ranah *fashion* yang menarik dan menjadi salah satu perkembangan budaya Islam di Indonesia yang telah dipengaruhi budaya populer.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori fenomenologi Alfred Schutz yang sebenarnya adalah kritikan Schutz atas pemikiran-pemikiran Weber dan juga Husserl tentang Sosiologi. Alfred Schutz, sosiolog yang lahir di Vienna tahun 1899 kemudian menciptakan dimensi perubahan dalam fenomenologi. Melalui berbagai upayanya, penekanannya bergeser dari subjektivitas ke intersubjektivitas, dari kesadaran pengetahuan dan makna dari intuisi mengenai esensi-esensi ke interpretasi dan tipikasi. Dia berusaha mensintesis filsafatnya Husserl dengan ilmu sosialnya Weber (Sobur, 2013: 50).

Dalam konteks fenomenologis, *Moslem Fashion Blogger* Indonesia adalah aktor yang menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion*. *Moslem Fashion Blogger* mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif yang berorientasi ke masa depan (*in order to motive*) dan motif berorientasi ke masa lalu (*because motives*).

Teori Konstruksi Sosial atas Realitas Luckmann and Berger, yang merupakan salah satu mahasiswa Alfred Schutz yang mengembangkan teori ini berdasarkan kuliah-kuliahnya mengenai konstruksi realitas secara sosial. Menurut Berger, sosiologi interpretatif tidak mesti terbatas pada masalah-masalah sosial psikologis namun dapat ditunjukkan oleh sintesa pendekatan interaksionis dan strukturalis. Karya Schutz membuat Berger mampu mengembangkan model teoritis lain mengenai bagaimana dunia sosial terbentuk yang tergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Berger berpendapat bahwa realitas sosial secara obyektif memang ada tetapi maknanya berasal dari dan oleh hubungan

subjektif (individu) dengan dunia obyektif (Poloma, 2004: 298).

Teori konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckman, memberikan penjelasan mengenai individu (*Moslem Fashion Blogger*) dalam memahami pengetahuan dan pengalamannya dalam melaksanakan aktivitasnya di *blog* dengan konten *hijab fashion* dan membangun model dunia sosialnya dengan cara kerja individu lainnya yang terlibat didalam realitas tersebut saling mengkonstruksi dan merekonstruksi. Individu-individu tersebut saling membangun pemahaman akan sesuatu hal secara bersama-sama. Dalam membangun pemahaman tentang *hijab fashion*, *Moslem Fashion Blogger* telah dan akan selalu membangun pemahaman bersama-sama. Peneliti harus menemukan asumsi dan bias mereka sendiri dalam rangka untuk menjelaskan realitas sehingga Peneliti dapat menemukan pemahaman para *Moslem Fashion Blogger* mengenai konten *hijab fashion* yang mereka lakukan yang ada di dalam *blog* yang mereka miliki.

Teori Interaksi Simbolik Herbert Mead menjelaskan bahwa di dalam teori tersebut terkandung tiga konsep utama yaitu *Mind*, *Self* dan *Society*. Mead mendefinisikan pikiran (*mind*) sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dan Mead percaya bahwa manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain, dengan menggunakan bahasa. Diri (*self*) didefinisikan sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dan perspektif orang lain. Mead tidak percaya bahwa diri berasal dari instropeksi diri atau pemikiran sendiri yang sederhana. Menurut Mead diri berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran yang khusus. Ketika Mead berteori mengenai interaksionisme simbolik, ia mengamati bahwa melalui bahasa orang mempunyai kemampuan menjadi subjek dan objek bagi dirinya sendiri. Sebagai subjek, manusia bertindak dan sebagai objek manusia mengamati diri sendiri bertindak. Mead menyebut sebagai subjek atau diri yang bertindak sebagai *I* dan objek atau diri yang mengamati adalah *Me*. Diri adalah sebuah proses yang mengintegrasikan antara *I* dan *Me* (West & Turner, 2012: 106).

Penganut interaksi simbolik berpandangan, perilaku manusia pada dasarnya adalah produk dari interpretasi mereka atas dunia di sekeliling

mereka, perilaku dipilih berdasarkan bagaimana individu menafsirkan situasinya. Teori interaksi simbolik dalam penelitian ini berkontribusi sebagai dasar pemikiran bahwa *Moslem Fashion Blogger* menciptakan dan memberikan makna mengenai *hijab fashion* sebagai bagian dari kegiatan pemberian informasi kepada publik. Teori ini juga dapat mengkaji mengenai bagaimana tindakan yang dilakukan oleh para *Moslem Fashion Blogger* dalam membentuk dan memberikan makna dalam interaksi melalui simbol (*hijab fashion*) sehingga terdapat makna yang dipertukarkan dalam proses interaksinya yang disampaikan melalui media *blog*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman *Moslem Fashion Blogger* mengenai *hijab fashion* dimana dalam hal ini merupakan pemahaman antara pemakaian *hijab* dan kaitannya dengan unsur *fashion*. *Fashion* tidak dapat terlepas dari gaya hidup masa kini, begitu pula dengan pemakaian *hijab* yang saat ini sudah jauh berbeda dengan pemakaian *hijab* yang dulu hanya sebatas sebagai pakaian muslimah yang berfungsi sebagai identitas agama bagi muslimah untuk menutup auratnya tanpa memperdulikan sisi *fashion*-nya. Namun, kini pemakaian *hijab* telah berkembang pesat dan sangat berkaitan erat dengan unsur *fashion*.

Pemakaian *hijab* yang dulu hanya sebatas sebagai identitas agama bagi muslimah, sekarang telah melebur menjadi sebuah gaya hidup bagi masyarakat muslimah modern yang menjadikan *hijab* sebagai bagian untuk menunjukkan identitas diri dalam kehidupan sosial. *Fashion* adalah semacam kode berpakaian “makro” yang menetapkan standar gaya hidup menurut usia, gender, kelas sosial dan sebagainya (Danesi, 2010: 267). Dapat disimpulkan bahwa pemahaman *hijab fashion* jika dikaji dari segi historisnya merupakan pemakaian *hijab* yang dahulu dianggap kuno dan seiring perkembangan zaman menjadi pemakaian *hijab* yang telah menjadi gaya hidup dan memiliki keterkaitan erat dengan *fashion*.

Penggunaan *hijab fashion* bagi muslimah pada era modern ini merupakan sebuah hasil fenomena dari konstruksi sosial atas realitas. Konstruksi sosial atas realitas merupakan proses interaksi dalam kehidupan sosial, dimana melalui komunikasi maka dunia sosial dapat terbentuk dan terjadi pemahaman

yang sama mengenai dunia sosial tersebut. Konstruksi sosial tidak terbangun tanpa makna namun terdapat kepentingan-kepentingan didalamnya, realitas sosial dapat terbentuk karena individu-individu didalamnya saling melakukan interaksi dan saling mengkonstruksi dan merekonstruksi dalam realitas tersebut. Konstruksi sosial atas realitas lebih tentang bagaimana individu-individu dalam berkomunikasi dan berinteraksi akan cenderung untuk mempertanyakan mengenai aktivitas dirinya dan juga mempelajari aktivitas individu lainnya sehingga memiliki pemahaman yang sama sehingga tercipta objektivitas baru. Berger dan Luckmann berpendapat bahwa sebenarnya dalam teori konstruksi sosial atas realitas, telah terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Dimana dialektika tersebut berlangsung di dalam kehidupan masyarakat secara simultan atau terjadi dalam rentang waktu yang bersamaan dengan cara membentuk pengetahuan masyarakat (Bungin, 2001: 7).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terlepas dari pemahaman mengenai *hijab* itu sendiri bagi para *Moslem Fashion Blogger*, tentunya para *Moslem Fashion Blogger* memiliki pemahaman yang berbeda-beda mengenai *hijab* jika dilihat terkait dari sisi *fashion*-nya dimana tren *hijab fashion* di Indonesia yang sangat populer karena perkembangannya yang semakin pesat. Berbagai macam pendapat dikemukakan oleh para *Moslem Fashion Blogger* mengenai tren *hijab fashion* di Indonesia dan bagaimana perkembangannya selama ini.

Menurut perspektif fenomenologi Alfred Schutz (dalam Sobur, 2013: 65), dunia sosial tidak berasal dari penemuan manusia itu sendiri tetapi diturunkan secara sosial dari orang-orang sebelumnya. Bisa dikatakan bahwa tindakan manusia merupakan hal yang dilihat dan ditiru dari lingkungan sosial mereka. Hal ini pula yang menjadikan bahwa kepopuleran *hijab fashion* di Indonesia karena hasil interaksi antar muslimah Indonesia yang terjadi secara terus-menerus dan berkesinambungan sehingga menjadikan *hijab fashion* di Indonesia semakin berkembang pesat.

Pemahaman mengenai *hijab fashion* bagi *Moslem Fashion Blogger* ditilik dari kaitan antara *hijab* dan *fashion*-nya, *Moslem Fashion Blogger* memahami *hijab fashion* sebagai suatu perkembangan positif dari pemakaian

hijab yang dianggap kuno dan tidak menarik menjadi sebuah pakaian busana muslim yang menarik dan menjadikan Indonesia sebagai *icon* busana muslim di dunia yang memiliki berbagai macam variatif model, gaya, perpaduan warna sehingga menjadikan busana muslim di Indonesia memiliki kekhasan tersendiri. Namun, *hijab fashion* di Indonesia juga seakan memberikan dampak yang kurang baik dan dianggap menghilangkan nilai sakral dari kewajiban muslimah dalam menutup aurat yang membuat *hijab fashion* seakan-akan hanya memperlihatkan sisi duniawi dan matrealistik dalam gaya hidup muslimah modern.

Dalam pemahaman mengenai tren *hijab fashion* yang didapat dari penggunaan *blog* oleh *Moslem Fashion Blogger*, terdapat juga motif yang melatarbelakangi dalam penggunaan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion*. Motif merupakan suatu kekuatan atau dorongan yang datang dari dalam diri untuk bertindak atau berbuat sesuatu. Dalam psikologi, dikatakan bahwa motif bersifat alami dimana sewaktu individu dilahirkan telah membawa motif-motif tertentu tetapi kemudian motif-motif yang dibawa itu sebagai akibat dari perkembangan individu maka akan mengalami perkembangan juga (Walgito, 1983: 141).

Penelitian ini berupaya untuk mengungkap motif yang ada pada *Moslem Fashion Blogger* dalam menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion*. Terdapat berbagai macam motif yaitu motif apresiasi, motif inspirasi, dan motif eksistensi yang melatarbelakangi para *Moslem Fashion Blogger* dalam penggunaan *blog* yang berisi konten mengenai *moslem fashion*. Motif apresiasi yaitu *Moslem Fashion Blogger* menganggap bahwa *blog* merupakan sarana media komunikasi yang mudah, praktis, efisien dan memiliki jangkauan yang luas sehingga efektif dalam penyebaran informasinya. Berdasarkan sarana dan keunggulan yang dimiliki oleh *blog*.

Motif inspirasi yaitu keputusan para *Moslem Fashion Blogger* dalam menggunakan *blog* dengan konten mengenai *moslem fashion*, juga dilatarbelakangi dari dalam diri mereka yang memang sudah menggunakan *hijab* dan mencoba selalu terlihat *fashionable* mengikuti perkembangan zaman agar *hijab* tidak lagi dianggap tabu. Kesadaran *Moslem Fashion Blogger* mengenai pandangan penggunaan busana muslim yang dianggap tabu, kuno, dan

tidak cocok digunakan oleh anak muda, membuat mereka ingin menghilangkan pandangan tersebut agar masyarakat dapat lebih terbuka dan kembali memandang bahwa menggunakan busana muslim merupakan kewajiban muslimah dan busana muslim saat ini dapat terlihat lebih menarik daripada penggunaan busana yang terbuka dan mengumbar aurat. Menurut Fiske (1990), Garmen yang merupakan salah satu butir dari *fashion* atau pakaian, menjadi medium atau saluran yang dipergunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu kepada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada orang lain itu (Barnard, 2011: 41). Maka melalui *blog*, mereka seperti mendapatkan tempat yang sangat mudah sebagai media *syi'ar* atau dakwah untuk memperlihatkan ke masyarakat bahwa penggunaan busana muslim sudah populer dan memiliki keunikan *fashion*. Penggunaan busana muslim sekarang dengan ciri *fashion*-nya lebih dikenal dengan kata sebutan *hijab*. *Syi'ar* atau dakwah menjadi dasar *Moslem Fashion Blogger* untuk menjadikan *blog* sebagai media komunikasi dengan menampilkan *fashion hijab* yang selalu menarik. Profesi yang dimiliki *Moslem Fashion Blogger* yang berkaitan dengan dunia industri *hijab* seperti model, desainer busana muslim, penulis artikel majalah muslimah, dan juga *public relations* pada situs *store online* busana muslim, juga turut menjadi alasan awal *Moslem Fashion Blogger* memutuskan untuk menggunakan *blog* dengan konten *hijab fashion*. Profesi yang menuntut para *Moslem Fashion Blogger* untuk selalu mengetahui perkembangan *fashion* busana muslim, menjadikan *Moslem Fashion Blogger* harus aktif dan kreatif mencari tahu dan menciptakan tren *hijab* dengan *fashion* yang menarik. Hal ini membuat para *Moslem Fashion Blogger* dituntut untuk selalu dapat menyajikan konten *blog* yang menarik sesuai dengan perkembangan *fashion hijab* di Indonesia.

Motif eksistensi yaitu *Moslem Fashion Blogger* dalam penggunaan *blog* dengan konten *hijab fashion*, karena ingin memperlihatkan keunikan dirinya dalam padu padan busana muslim dengan paduan tren *fashion* dunia dan dirinya yang menggunakan *hijab*. *Moslem Fashion Blogger* mencoba mengisi konten *blog*-nya dengan memperlihatkan penggunaan busana muslim yang juga bisa digunakan bagi yang tidak menggunakan busana muslim. Cassandra juga beranggapan dengan menggunakan *blog* secara

aktif dapat mempertahankan eksistensinya sebagai *blogger* yang telah dikenal luas tidak hanya di Indonesia.

Motif yang dijelaskan dalam penelitian ini lebih mengacu kepada alasan estetika dalam penggunaan *blog* dengan konten *hijab fashion*. Motif *Moslem Fashion Blogger* dalam menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion*, berupaya menjelaskan mengapa para *Moslem Fashion Blogger* selalu mencoba untuk memperlihatkan penggunaan *hijab* yang menarik dan tidak terlepas dari unsur *fashion*. Selain itu, kreativitas *Moslem Fashion Blogger* dalam mengolah *blog* yang dimilikinya sehingga terlihat memiliki tema tersendiri ditambah dengan konten mengenai *hijab fashion* yang selalu diperbarui membuat nilai tambah bagi *Moslem Fashion Blogger* dalam memperlihatkan dan menginformasikan kepopuleran *hijab fashion* di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari *blog* yang dimiliki *Moslem Fashion Blogger* yang memiliki keunikan tersendiri yang berbeda antara satu dan lainnya, dan juga kreativitas dalam padu padan *hijab fashion* yang dapat dilihat dari cara mereka mengkreasi *hijab* mulai dari dandanan, busana, aksesoris dan pemilihan tema dan tempat foto yang membuat konten dalam *blog* semakin menarik ditambah dengan penyampaian tulisan narasi yang menceritakan keseluruhan hal yang ada di dalam konten tersebut.

Moslem Fashion Blogger merasakan perbedaan ketika sebelum aktif menggunakan *blog* dan ketika aktif menggunakan *blog* dan mulai dikenal sebagai *Moslem Fashion Blogger* Indonesia. *Blog* yang dijadikan media komunikasi mengenai *hijab fashion*, membuat *Moslem Fashion Blogger* mendapatkan pengalaman dan wawasan yang berguna bagi dirinya sendiri dan banyak mendapatkan respon dari pengguna *blog* lainnya yang merasa terinspirasi karena konten *blog* yang mereka miliki. *Blog* dapat membuat portofolio yang dapat menginspirasi masyarakat mengenai wawasan Islam, dimana hal tersebut juga memberikan manfaat bagi dirinya sendiri karena dapat mencari tahu dan mengetahui hal yang sebelumnya tidak diketahuinya. Menggunakan *blog* yang awalnya hanya sebagai hobi dan wujud dari ekspresi diri, ternyata membuka kesempatan bagi *Moslem Fashion Blogger* untuk mendapatkan profesi yang dianggap sesuai dengan minat dan bakat yang mereka miliki. Selain mendapatkan

banyak manfaat ketika dikenal sebagai *Moslem Fashion Blogger*, berbagai pandangan yang tidak baik juga dirasakan oleh mereka, seperti adanya tanggapan negatif mengenai hal yang ada di dalam konten *blog Moslem Fashion Blogger*. Berbagai tanggapan yang kurang baik dijadikan sebagai bahan pembelajaran untuk dirinya agar lebih baik lagi. Selain mendapatkan banyak manfaat ketika dikenal sebagai *Moslem Fashion Blogger*, berbagai pandangan yang tidak baik juga dirasakan oleh mereka, seperti adanya tanggapan negatif mengenai hal yang ada di dalam konten *blog Moslem Fashion Blogger*.

SIMPULAN

Pemahaman *Moslem Fashion Blogger* mengenai *hijab fashion* di Indonesia dinilai sebagai tren positif dan tren negatif adanya pergeseran makna. *Moslem Fashion Blogger* memiliki beragam motif dalam menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion* yang terdiri dari motif atraksi, motif inspirasi, dan motif eksistensi. *Moslem Fashion Blogger* mendapatkan pengalaman dalam menggunakan *blog* sebagai media komunikasi mengenai *hijab fashion*, dimana merasa mengalami perbedaan ketika belum dikenal sebagai *blogger* dan ketika telah menjadi *blogger*. Pengalaman setelah menjadi *blogger* yakni *Moslem Fashion Blogger* merasa mendapatkan wawasan mengenai perkembangan *hijab fashion* di Indonesia dan juga merasa memiliki konsep diri yang baik dan lebih terkonsep dalam menyampaikan konten mengenai hal apa yang ingin dibagi dalam *blog*. Selain itu, pengalaman setelah menjadi *blogger* yakni *Moslem Fashion Blogger* merasa lebih dikenal, karya hasil mereka lebih dihargai dan juga mendapatkan profesi yang berkaitan dalam industri *hijab* serta mendapatkan produk-produk *hijab* dan memperlihatkannya dalam konten *blog*. *Hijab fashion* di Indonesia memberikan banyak manfaat dalam perkembangan pemakaian busana muslim di Indonesia. Terlepas dari beragam hal positif yang didapat karena perkembangan *hijab fashion*, ternyata tidak terlepas pula dari pandangan skeptis mengenai muslimah yang menggunakan busana muslim secara perlahan menghilang dan sekarang terbentuk kelas sosial tersendiri dan *hijab fashion* sudah menjadi bagian dari

gaya hidup muslimah pada era modern ini. *Blog* memberikan kemudahan bagi muslimah untuk saling berinteraksi dan menginspirasi dalam semua hal yang berkaitan dengan keindahan muslimah dalam menutup aurat dan juga berbagi pengalaman mengenai Islam.

Telah terjadi pergeseran makna *Hijab fashion* dan ada anggapan hanya mementingkan penampilan muslimah secara duniawi saja, sebaiknya para *Moslem Fashion Blogger* atau *trendsetter hijab* memberikan contoh yang baik mengenai pemakaian *hijab* yang menutup aurat sesuai dengan ketentuan dalam agama Islam. Selain itu, konten yang disajikan tidak hanya mengenai *hijab* dan *fashion*-nya saja tetapi terdapat unsur dakwah mengenai ilmu pengetahuan agama Islam. Pemanfaatan dari perkembangan media baru yaitu *blog* merupakan media komunikasi yang baik dalam menyampaikan suatu kultur dan fenomena tertentu. Sebaiknya untuk penelitian fenomenologi selanjutnya, dapat mengkaji mengenai peran media dalam membangun suatu kultur menjadi fenomena yang memberikan dampak perubahan yang berguna dan bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu, diharapkan terdapat penelitian lanjutan mengenai perkembangan *hijab* di Indonesia yang terkait dengan suatu budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, M. (2011). *Fashion sebagai komunikasi cara mengomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas, dan gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hendroyono, H. (2013). *Brand gardener edisi khusus tumbuh berkembang*. Jakarta: Literati.
- Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya populer sebagai komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Poloma, M. M. (2004). *Sosiologi kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sobur, A. (2013). *Filsafat komunikasi tradisi dan metode fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Walgito, B. (1983). *Psikologi umum*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- West, R. & Turner, H. L. (2012). *Pengantar teori komunikasi: analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.